媒体融合背景下传统媒体转型战略与路径

摘 要：随着信息技术不断发展，新兴媒体的出现让传统媒体的发展受到了冲击。当前，媒体融合是一种趋势，其是战略任务也是技术问题，传统媒体只有转型才能获得更好的发展，这就需要其可以充分利用先进的技术，注重内容建设，加强其他方面的互动融合，如内容、技术、理念、运营、体制等，形成有效融合的现代传播体系。本文分析了媒体融合背景下传统媒体转型战略与路径。

关键词：媒体融合背景；传统媒体；转型战略；路径
中图分类号：G206 文献标识码：A
文章编号：1671-0134（2017）09-042-02 DOI：10.19483/j.cnki.11-4653/n.2017.09.008

文 / 权 冰

互联网技术的不断发展，给人们的生活、思维方式等都带来了巨大的改变，特别是近年来出现了很多新媒体，他们以数字设计、交互新闻以及计算机辅助报道等多种方式在媒体界得到了极大的发展，这些都让传统媒体受到了严重的冲击，受众的多样化需求越来越显著。在这种情况下，传统媒体的市场空间越来越小，在很多方面都受到了影响，因此，要想获得可持续发展就需要转型。

1. 媒体融合背景下传统媒体转型误区

1.1 过于重视弥补“技术短板”

当前，在媒体融合的形势下，传统媒体要转型需要基于自身的优势，继续发挥优势，对缺陷进行弥补，然而就实践情况来看，转型的效果并不是很理想，在业务和技术方面的升级不平衡，想要平衡较难，在良性互动上的难度更甚。和互联网相比，传统媒体的参与主体通常都是机构以及家庭，也就没有类似于互联网的数据规模以及结构，这也让其虽然投入 了很多资金建立大数据平台，但是效果并不是很好。

1.2 以为有了“新媒体”就会有媒体融合

新媒体的出现使人们的生活发生了转变，当前已经成为一种趋势，互联网在各个领域中得到了广泛应用，以其为媒介，建立了移动客户端、微信、微博等平台，让新闻得以迅速的、立体的展示给受众，在受众覆盖面上也在尽量多地进行覆盖。当前有很多报纸在新闻形式上进行了改变，但是其本质还是传统的一套。在内容方面，还是使用传统的思维模式和语境，无法满足新媒体“草根传播”的特征；在经营方面，传统媒体人已经接受和适应了互联网的免费思维，使得新媒体在经营突围上不能取得较大的进展 [1]。

2. 媒体融合背景下传统媒体转型融合发展战略与路径

2.1 准确洞察受众需求

媒体实际上的含义就是人们用来传递以及获取信息的工具，从这一层面来看，人们使用媒体也就是为了获得信息，在此基础上后来延伸了多种功能，如购物、社交等，这些并不是人们的基础媒体需求。可见，互联网中的那些功能，并不一定是媒体的功能。传统媒体要想实现有效转型，也不必拓展互联网的所有功能，需要在转型初期就科学地对这些功能进行考虑和选择。在信息属性方面，二者也是具有较大的差别。互联网在信息传播中注重的是快速、准确，但是传统媒体则注重对信息进行深加工，扩大信息的覆盖范围，这也让互联网信息有瞬时性相应、碎片化杂揉等特点，传统媒体在这些方面不足。但是需要注意的是受众对信息需求也是有不同级别的，互联网大量推送碎片化的信息，虽然给人们提供了极大的空间自由选择，但是也占据了人们的很多时间，对受众对信息进行深度思考和理解不利。且互联网的信息传播都是分析数据进而推送有关的内容，这种模式存在两个显著的问题，首先在内容上存在低端产能过剩的问题，优质产能不是很好，虽然看起来信息很多，但是真正符合先进文化要求的高质量的内容则有限。且因为信息碎片化编辑，和信息的自动推送，里面会存在很多重复的信息，且无法全面将重复内容剔除掉，这就限制了信息的质量以及纯度；其次，其并没有对信息内容进行编辑的过程，因此就会让受众每天接受到很多的信息，且多数信息都和自己生活没有关系，表面上来看丰富了受众的闲散时间，实质上浪费了受众使用花费在信息上的时间。

互联网的出现及应用，确实让很多领域都发生了改变，为人们的生活及工作提供了便捷和更好的体验，但是在信息传播方面，因为其粗放式的信息加工，无法保证信息的质量，无法提升人们的生活质量。当前互联网信息呈现出各种各样的形式，已经超出人们的信息浅层知晓性需求，人们在这一需求得以满足之后，就会开始有更进一步的要求，需要深度加工信息，在解读上也开始要求深度，这些则刚好是传统媒体从业者的专业能力，而互联网技术无法有效满足人们的这

一需求。可见，传统媒体发展虽然受到了冲击，传播渠道有效性受到了影响，但是并不是全然没有优势，其在信息加工方式方面依然可以满足人们对信息更进一步的需求。因此，如果其在转型中将信息精加工功能完全放弃的话，就会陷入到和互联网企业在信息知晓性需求上进行比较，就相当于用自己的短处和别人的长处竞争，会不利于传统媒体的转型及发展，失去媒体融合中的主导权。

2.2 重新布局业务板块

传统媒体发展中，以广电作为代表，其在发展中就一直存在产业经营和事业职能问题，二者的平衡问题及博弈关系一直存在[2]。传统媒体环境下，媒体还具有一定的优势，可以依靠强势的内容，实现公信力、公益性和权威性，与此同时还可以收获经济效益，从中央电视台的《新闻联播》节目来看，其拥有很大的黄金广告价值，但是随着互联网的发展，对这一混合式的业务结构造成了影响。首先，网络文化具有显著的草根性特点和碎片化特征，对电视的社会公共性文化标准造成了冲击；其次，从2016年的总体发展情况来看，在之后的几年时间内媒体广告经营仍然会呈现出下降的趋势，这也给创新经营方式增加了难度。因此，对于这一情况，就需要传统媒体在融合中对业务板块经营进行创新，尤其是要剥离和重新布局板块。板块剥离就是要将各种性质的业务板块进行明确的分离，如公益性、宣传性、产业性以及经营性，前者要采取事业单位的机制实现管理和运转，进而可以全面、畅通地传达政府以及地方党委的声音；后者需要采取市场化的方式进行运行，要制定科学的战略，还要建立团队，具体需要结合各种产业的发展规律以及游戏规则，确保团队的从业素质，满足有关产业的基本需求。比如，在新媒体产业中，传统媒体就要注重有效地发挥出互联网的资源高效配置优势，通过高质量的项目吸纳更多的社会资金，学习和引进先进的技术，一定不要继续保持城市电视台门户网站扩张阶段从技术到内容都亲力亲为的思维。需要清楚目标，给足政策、建立优秀的团队，在此前提下，要对业务进行创新，让其可以达到公司化的运行形式，将业务的确定、运行以及检验标准都全面地推向市场，抛弃事业单位行政考核这一固定思维，这样才能有效地抢占市场先机，更加高效地感知到受众的需求，对业务布局进行调整和创新。

2.3 对体制进行融合，提升管理水平

要想让媒体实现更有效的融合发展，就需要对体制进行改变和创新，让投入机制变得更加科学及合理。就当前发展情况来说，在机制融合方面效果不是很理想，和实际需要距离较远，这就限制了新闻生产力的发展，使得媒体需要进行革命。因此，当前需要加强机制融合改革，要积极地探索，勇敢地创新，建立完善的体制机制，实现发展一体化的发展目标。要实现这一目标，就需要先重组媒体的内部组织。在具体融合发展中，其重组和合并优化也是一个难题，对各方都造成了困扰。这就需要改变当前的“单兵作战”情况，积极探索深度融合的有效模式；还需要对用人机制进行调整和优化，注重队伍建设，要建立有效、科学、灵活的育人制度，进而实现对人才科学的选择、配置以及培育，注重引进和培育新兴媒体人才，在招聘中要优先选择数字化人才，积极探索新的管理机制，实现全媒体考核、项目制、扁平化等发展；要对当前的薪酬、考核评价体系进行改善和完善，通过有效的措施吸引更多的人才，避免人才流失，在融合发展激励以及考核中尤其要注重新媒体的考核，将优点力量集中起来，加强新兴媒体的培育及发展，促进其不断壮大[3]。

其次，需要建立立体传播体系，实现现代化发展。这就需要根据现代媒体的主要特征，对产品以及品牌的各种优势资源进行科学有效的整合，要建立多层次、互动有效的“五全”体系，具体包括传播的内容、介质、终端、平台以及形式。在当前施行的体制框架中，各大通讯社、报社以及广播电视台都要有自身明确的定位以及功能。这就需要结合实际情况，快速建立新兴媒体平台，主动对共赢发展模式进行有效的探索，对传播体系基本架构实现科学有效的规划，加强建立传播新格局，实现更广领域、多层次、全方位和立体化的发展。

3. 结束语

综上所述，在媒体融合背景下，传统媒体只有转型才能实现更好的发展，因此，传统媒体和新媒体融合是一个必然趋势，在融合过程中，需要采取有效的措施，确保融合的有效性，传统媒体需要继续保持和发挥自身的优势，对自身的缺点进行改善，适应时代发展趋势，获得长远、稳定的发展。媒

参考文献

[1] 喻国明.融合转型的新趋势：高维媒介中的“平台型媒体”——对互联网逻辑下未来传播主流模式的分析与思考[DB/OL].新华网，2015，2（4）.

[2] 柳邦坤.传统媒体与新兴媒体融合发展问题探析[J].今传媒.2015（1）：70-72.

[3] 贾美娜，周德仓.我国少数民族新闻传播教育现状分析——以15所民族院校新闻传播教育为例[J].新闻研究导刊.2015（7）：30.

（作者单位：山东省滨州市滨城区广播电影电视局）